

A comunicação política em forma de “notícias”: questões técnicas, éticas e legais

FERNANDO ZAMITH

zamith@gmail.com
Universidade do Porto

Resumo

A disseminação de mensagens camufladas de “notícias” é uma das estratégias mais comuns utilizadas pelos comunicadores políticos, sobretudo na atual era da Internet.

Além da questão técnica, esta prática levanta relevantes questões éticas e legais.

O conceito de notícia não é património exclusivo do jornalismo, mas sabemos bem que é o jornalismo que lhe dá força, valor e credibilidade. Ao apoderar-se do termo “notícia”, o comunicador político não está mais do que a explorar a aceção positiva, factual e credível que a palavra tem.

Neste estudo, analisámos comparativamente o site de um governo, de uma autarquia e de um partido, bem como as respetivas páginas no Facebook e Twitter. As “notícias” em destaque em cada um dos sites da amostra foram submetidas a uma análise de forma e de conteúdo, em que se procurou encontrar elementos credibilizadores da mensagem, nomeadamente o eventual recurso a um registo típico ou próximo do jornalístico.

Concluimos que o que distingue a “notícia” da comunicação política da notícia do jornalismo é o seu conteúdo (propagandístico, subjetivo) e não a sua forma (semelhante ao modelo que reproduz). O comunicador político tem a intenção clara de iludir o leitor, usando o formato da notícia jornalística.

Palavras-Chave: Notícia; jornalismo; comunicação política; ética

ENQUADRAMENTO

Entre as estratégias mais comuns utilizadas pelos profissionais da comunicação política está a disseminação de mensagens, nos mais variados suportes, camufladas de “notícias”. Os tradicionais “órgãos oficiais” dos partidos (normalmente jornais de periodicidade semanal, quinzenal ou mensal) e as revistas, *newsletters* e boletins municipais foram dando lugar, progressivamente, a blogues, sites (tantas vezes pomposamente designados “portais”) e páginas de políticos, partidos, governos e autarquias em redes sociais como o Facebook, Twitter e YouTube.

Os *newsmakers*, de que fala Dan Guillmor (2004: XIV), cedo pressentiram a Internet como o lugar ideal para fintar o incómodo intermediário jornalista e fazer chegar mensagens diretamente ao público-alvo. E nada melhor para tentar credibilizar o “embrulho” do que apresentá-las como “notícias”.

Além das inegáveis questões éticas, esta usurpação de funções, ainda que não explícita, levanta questões legais, uma vez que as atividades de jornalista e de assessor de imprensa são consideradas incompatíveis pela lei portuguesa. Esta incompatibilidade legal não tem inibido, contudo, a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista de atribuir o título profissional a quem trabalha em jornais oficiais de

partidos. E não inibiu, também, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) de considerar o site da Câmara Municipal do Porto como estando sob a alçada do seu escrutínio, justificando que “as câmaras municipais, ao contrário do que um primeiro juízo poderia levar a crer, são entidades que podem prosseguir uma atividade de comunicação social” (ERC, 2007: 135).

A ERC reconhece que a informação disponibilizada no site da Câmara do Porto “pertence ao domínio da persuasão, independentemente de os seus modos de produção e apresentação se basearem em técnicas jornalísticas” (ERC, 2007: 139). Para a ERC, trata-se de um “tipo de comunicação denominada ‘institucional’”, que não se encontra vinculado aos códigos e normas que regem o jornalismo”. Ou seja, uma autarquia (ou qualquer outra instituição de poder) pode produzir e divulgar informação formalmente semelhante à notícia jornalística sem ter de cumprir as “maçadoras” normas jornalísticas.

Para lá das dúvidas que levanta quando à sua justeza e coerência, esta posição da ERC, classificada pela própria instituição como uma das suas “deliberações doutrinárias” (ERC, 2007: 91-142), vem evidenciar o paradoxo de direitos e deveres contraditórios que coexistem na lei portuguesa e na matriz da atividade do jornalista, que é o seu código deontológico, no que diz respeito, nomeadamente, às liberdades de expressão, de imprensa e de publicação, e ao dever de independência.

A Constituição da República Portuguesa (2005) consagra a liberdade de expressão e informação (art.º 37) e a liberdade de imprensa e de meios de comunicação social (art.º 38). Neste último artigo, fica claro que em Portugal vigora o “direito de fundação de jornais e de quaisquer outras publicações, independentemente de autorização administrativa, caução ou habilitação prévias”.

Ora, levando à letra, não só a Câmara do Porto (cujo site é objeto do estudo empírico que a seguir se apresenta) como qualquer outra pessoa ou entidade, designadamente política ou partidária, têm o direito de fundar publicações.

Ainda que não tendo força de lei, como tem, no caso português, o Estatuto do Jornalista, o Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses (1993) é reconhecido como a matriz da atividade jornalística, sendo mesmo exigido ao candidato à carteira profissional de jornalista (título obrigatório para o exercício da profissão) que declare sob compromisso de honra que respeitará “integralmente e em todas as circunstâncias, no desempenho da atividade jornalística, os deveres éticos e deontológicos da profissão” (Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, 2002).

Como não podia deixar de ser, o Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses (1993) consagra, no seu décimo e último artigo, a obrigação de independência do jornalista, ao definir que “o jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios suscetíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional”. E acrescenta: “O jornalista não deve valer-se da sua condição profissional para noticiar assuntos em que tenha interesses”.

Se dúvidas houvesse, este artigo dissipa-as. Quem redige uma “notícia” para uma publicação de um órgão político do Estado (central ou local) ou de um partido

não é independente e estará, frequentemente ou mesmo sempre, a noticiar assuntos em que tem interesses, logo, não pode(ria) ser jornalista.

O conceito de notícia não é, de modo algum, património exclusivo do jornalismo, mas sabemos bem que é o jornalismo que lhe dá força, valor e credibilidade. Ao apoderar-se do termo “notícia”, o comunicador político não está mais do que a explorar a aceção positiva, factual, credível que a palavra tem. Um *press-release* (comunicado de imprensa) é parcial, institucional, sectário; uma notícia é, assim se espera, factual, imparcial, verdadeira, credível. Nada melhor, pois, para o comunicador político, do que chamar “notícia” a uma informação facciosa que quer “passar” para a opinião pública.

Como defende Traquina (2002: 210-211), “as notícias são muito mais do que o que ‘acontece’. Na cultura contemporânea da promoção, uma parte significativa das toneladas de notícias que são produzidas diariamente são acontecimentos criados para os media, em particular para os membros da comunidade jornalística, em grande parte pseudoacontecimentos”. Traquina define estes falsos acontecimentos como “uma tática de diversas ações de sedução de luta política e social no tabuleiro jornalístico” (Ibidem).

E Traquina está consciente dos efeitos da fragmentação do espaço público que a Internet progressivamente produzirá, colocando a par jornalistas e não jornalistas. “As novas capacidades que a Internet oferece aos jornalistas e ao público na obtenção de dados e de acesso à informação, a proliferação de canais e a exploração de locais de comunicação e informação, nomeadamente os milhares de sites no ciberespaço, as novas possibilidades de acesso aos jornalistas para as vozes alternativas da sociedade, são fatores que apontam para a debilitação do controlo político do jornalismo e para a existência de um campo jornalístico que é, cada vez mais, uma arena de disputa entre todos os membros da sociedade” (Traquina, 2002: 213).

Vemos, pois, que há uma ligação muito próxima entre os domínios da política e do jornalismo, quanto mais não seja porque ambos estão na esfera do(s) poder(es) e disputam-na. “Queira-se ou não, o jornalismo é um ‘Quarto Poder’, que, sobretudo devido ao acesso habitual das fontes oficiais ao campo jornalístico, serve para sustentar o poder instituído e o status quo” (Traquina, 2002: 209). Por tudo isto, afigura-se natural que o profissional da comunicação política tenha identificado a Internet como um veículo privilegiado para contornar o jornalista e fazer chegar diretamente a sua mensagem ao destinatário-alvo.

Quando falamos de comunicação política, falamos “de muitas coisas diferentes, diríamos, consoante o contexto de aplicação, consoante o próprio entendimento do campo em que o termo é usado, consoante os referentes sociais e políticos em causa” (Silveirinha, s/d). Neste artigo, entendemos por comunicação política o conjunto de atividades comunicativas de persuasão política e de disseminação de mensagens políticas através de meios de comunicação. Entre essas atividades, encontra-se a produção e difusão de comunicados de imprensa, cada vez mais sob a capa de “notícias”.

METODOLOGIA

Como vimos, a propositada confusão entre notícias jornalísticas e comunicados de imprensa interessa ao comunicador político e levanta pertinentes questões éticas, técnicas e legais que importa investigar. Neste estudo, propusemo-nos analisar comparativamente o site de um governo (Governo de Portugal - <http://www.portugal.gov.pt/pt>), de uma autarquia (Câmara Municipal do Porto - <http://cm-porto.pt/>) e de um partido (Bloco de Esquerda - <http://www.esquerda.net/>), bem como as respetivas contas/páginas no Facebook e Twitter.

As três “notícias” mais recentes de cada um dos sites da amostra (todas destacadas nas páginas iniciais) foram submetidas a uma análise de forma e de conteúdo, em que se procurou encontrar elementos credibilizadores da mensagem, nomeadamente o eventual recurso a um registo típico ou próximo do jornalístico. As nove “notícias” foram submetidas ao crivo dos elementos diferenciadores e caracterizadores da notícia jornalística, tal como os descreve Mar de Fontcuberta (1999-2010), bem como ao crivo dos critérios de reconhecimento de sites noticiosos de Alexander & Tate (1996-2005): autoridade, rigor, objetividade, atualidade e cobertura.

Fontcuberta (1999-2010: 14) elenca cinco características fundamentais do discurso jornalístico tradicional: atualidade, novidade, veracidade, periodicidade e interesse público”. Entendemos que o discurso jornalístico atual, especialmente na Internet e por efeito desta, deixou de estar amarrado aos constrangimentos da periodicidade, pelo que, neste estudo, apenas foram avaliadas as restantes quatro características.

Complementarmente, foi criada uma grelha de análise para detetar a presença ou ausência de outros elementos típicos da notícia jornalística, como a construção em pirâmide invertida, a resposta às seis perguntas clássicas do jornalismo (o quê?, quem?, quando?, onde?, como? e porquê?), o contraditório, a contextualização, a independência/neutralidade/isenção, a escassez de adjetivação e o distanciamento (informação factual).

Com este estudo, quisemos responder à questão: O que distingue a “notícia” da comunicação política da notícia do jornalismo? Eram esperados elementos diferenciadores, como os do contraditório, previsivelmente ausente nos textos dos comunicadores políticos (questão ética importante), e da adjetivação, menor na notícia jornalística, mas também algumas semelhanças, designadamente no uso de técnicas de redação como a pirâmide invertida (do mais para o menos importante), encabeçada pela resposta às seis questões clássicas do jornalismo. Seria de esperar também alguma camuflagem dos próprios espaços onde são difundidas essas “notícias”, nomeadamente com a irregular apresentação como “jornalistas” ou “repórteres” (integrados numa “redação”) de pessoas sem habilitação legal para o exercício da profissão.

RESULTADOS

Os três sites da amostra apresentam na sua página inicial textos informativos recentes, ainda que apenas o da Câmara Municipal do Porto os designe como

“Notícias”. No caso do site do Governo de Portugal, opta-se pela designação “Em Destaque”, enquanto no Esquerda.net não há classificação específica.

A análise das fichas técnicas refutou a hipótese colocada de uma irregular apresentação dos autores dos textos como jornalistas. Nos três casos, a informação é bastante vaga, não sendo nomeadas pessoas em concreto como responsáveis pelos conteúdos do site.

No caso do site do Governo, refere-se que a informação publicada está “sob a direção do Gabinete do Ministro Adjunto e do Desenvolvimento Regional” e que “a manutenção do Portal é feita por uma equipa do Ceger” (Centro de Gestão da Rede Informática do Governo). O site da Câmara do Porto não tem uma ficha técnica, mas pode ler-se em “Sobre o site” uma “declaração de exoneração de responsabilidade” em que se afirma que quem gere o site é o Gabinete de Comunicação da autarquia. No Esquerda.net refere-se que “é mantido pelo Bloco de Esquerda”.

Os sites dos dois órgãos estatais não exibem estatuto editorial, mas o Esquerda.net apresenta em “Quem Somos” um texto com características de estatuto editorial: “O Esquerda.net é um portal de informação alternativa, que aspira a concorrer com os portais dos órgãos de informação, mas apresentando uma ótica crítica, de esquerda, na seleção de notícias, na produção do seu noticiário, nas suas fontes de informação”. Apesar de mantido e pertencente a um partido, este site é assumido como órgão de informação “que não se confunde com o site partidário, o bloco.org”.

A aplicação dos critérios de Alexander & Tate (1996-2005) à amostra permitiu verificar que, em média, os três sites apenas cumprem metade dos requisitos necessários para serem reconhecidos como noticiosos. O que mais se aproxima desta classificação é o Esquerda.net, com 10 respostas positivas e seis negativas, o que corrobora o objetivo expresso pelo Bloco de Esquerda de posicionar este site como órgão de informação. A vantagem do Esquerda.net é conseguida, fundamentalmente, no critério “Objetividade”, não aplicável aos outros sites, por não terem espaços classificáveis como de opinião ou de publicidade, espaços esses que no Esquerda.net estão separados dos informativos.

Os sites do Governo de Portugal (8 respostas positivas e 6 negativas) e da Câmara do Porto (7-7) registam resultados semelhantes, quer globalmente quer por critério.

Como esperado, nenhum dos sites da amostra pontuou no critério “Cobertura”, em parte por não terem versão em papel, requisito a ser cada vez menos de valorizar, por questionar a Internet como meio fiável.

A aplicação da grelha criada especificamente para este estudo permitiu chegar a resultados ainda mais esclarecedores quanto à comparação das “notícias” da comunicação política com as notícias do jornalismo. Na forma, as “notícias” da comunicação política assemelham-se muito às do jornalismo, nomeadamente na titulação, nos leads e na estrutura do texto. Na generalidade, as “notícias” analisadas são estruturadas em pirâmide invertida, com poucos parágrafos (5,7, em média) e curtos (cerca de quatro linhas cada). Os títulos e os leads têm também características formais muito semelhantes aos do jornalismo. Quase todos os leads analisados respondem às quatro perguntas mais diretas (o quê?, quem?, quando? e onde?) a que

a notícia jornalística tem de responder, sendo as duas perguntas explicativas (como? e porquê) maioritariamente respondidas até ao segundo parágrafo.

A maioria dos textos analisados respeita as quatro características fundamentais do discurso jornalístico atual, ainda que não tenha sido possível confirmar se todos cumprem o requisito de “veracidade”, ou seja, se correspondem “o mais fielmente possível à realidade” (Fontcuberta, 1999-2010: 14).

É na análise do conteúdo que constatamos as grandes diferenças entre a “notícia” da comunicação política e a notícia do jornalismo. A generalidade dos textos analisados não respeita o princípio do contraditório e apenas dois apresentam uma segunda fonte. Todos os artigos têm adjetivação desnecessária (rejeitada pelo jornalismo), metade dos quais em excesso. A quase totalidade das “notícias” (a única exceção é um artigo sobre Edward Snowden publicado no Esquerda.net) é de autodivulgação e/ou autopromoção de atos ou declarações da entidade proprietária do site, verificando-se mesmo em dois terços da amostra registos de autoelogio. Apesar de um aparente distanciamento na apresentação de informação factual, metade dos artigos tem um tom global positivo favorável à entidade proprietária do site e um terço apresenta um tom global negativo na alusão a opositores. Metade dos títulos e dos leads são informativos e dois terços opinativos.

A construção do texto é feita em pirâmide invertida (do mais para o menos importante), mas de forma tendenciosa em metade da amostra, colocando nos primeiros parágrafos aquilo que à entidade interessa que seja relevado como mais importante. A mesma tendência é verificada na colocação (direta ou através de hiperligações) de elementos contextualizadores do facto que está a ser noticiado, os quais, em metade dos casos, favoráveis à entidade detentora do site.

Sintomático foi também verificar que dois dos três sites da amostra (Governo de Portugal e Câmara do Porto) não permitem que o visitante comente as suas “notícias”, o que contrasta claramente com a tendência dos cibermeios jornalísticos portugueses de abrirem espaços de comentário junto às notícias (Zamith, 2013: 151-154). Todos os textos analisados se apresentavam estáticos, sem referências a eventuais atualizações, correções ou apelos à correção, o que reforça a constatação de que a verdadeira intenção não é a construção coletiva de uma notícia cada vez melhor e mais completa, beneficiando do potencial de interação humana que a Internet permite, mas sim a mera difusão de informação institucional e propaganda política, evitando possíveis críticas negativas.

A aposta na disseminação da mensagem fica bem expressa no facto de todas as notícias analisadas estarem acompanhadas de apelos e mecanismos de partilha, ainda que no caso da Câmara do Porto apenas por email e não pelas redes sociais.

Ao contrário da ideia corrente de que “todas” as instituições estão nas redes sociais, não foram encontradas contas oficiais atualizadas do Governo de Portugal e da Câmara do Porto no Facebook, enquanto no Twitter foram detetadas contas das três entidades, mas a do Governo não era atualizada há mais de dois anos (desde 17 de janeiro de 2012). As contas ativas nas duas redes sociais eram alimentadas por regra pelas mesmas “notícias” presentes nos respetivos websites.

Ainda que porventura surpreendente, esta menor presença nas redes sociais poderá estar integrada na mesma estratégia anteriormente referida de minimização de danos, evitando comentários negativos para a imagem das respetivas entidades, algo a averiguar num futuro estudo específico sobre esta questão.

CONCLUSÃO

Concluimos que há a intenção clara de enganar. À semelhança do que os criativos publicitários por vezes fazem, mas neste caso de modo mais subtil e permanente, os comunicadores políticos usam o formato da notícia jornalística para tentar iludir o leitor, dando-lhe a impressão de estar a ler uma informação credível, verificada, independente, relevante, abrangente e proporcionada, como Kovach e Rosenstiel (2004: 10) clamam como princípios do jornalismo.

Ainda que suportada numa amostra pequena, a metodologia utilizada permitiu responder à questão de partida. O que distingue a “notícia” da comunicação política da notícia do jornalismo é o seu conteúdo, propagandístico, subjetivo e sectário, e não a sua forma, em tudo semelhante ao modelo que camaleonicamente reproduz.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alexander, J. & Tate, M.A. (1996). *How to Recognize a News Web Page*. Videner University. Disponível em http://www.widener.edu/about/campus_resources/wolfgram_library/evaluate/news.aspx.
- Fontcuberta, M. (1999). *A Notícia – pistas para compreender o mundo*. Alfragide: Casa das Letras.
- Gillmor, D. (2004) *Whe the Media – Grassroots Journalism by the People, for the People*. Disponível em <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo - O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.
- Silveirinha, M. J. (s/d). Comunicação Política. *Dicionário de Filosofia Moral e Política*. Instituto de Filosofia da Linguagem.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Quimera Editores.
- Zamith, F. (2013). *A contextualização no ciberjornalismo*. Porto: Edições Afrontamento/CETAC.MEDIA.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- Código Deontológico dos Jornalistas* (1993). Disponível em <http://www.jornalistas.eu/?n=24>.
- Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (2002). *Formulário*. Disponível em <http://www.ccpj.pt/formularios.htm>
- Constituição da República Portuguesa* (2005). Disponível em <http://www.jornalistas.eu/?n=90>.
- ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2007). *Relatório de Regulação 2007*. http://www.erc.pt/documentos/Relatorios/ERC_RelatorioRegulacao2007.pdf.